

ÍNDICE NARRADO

INTRODUCCIÓN

14

EL GRAN PROYECTO DEDICADO A COMPRENDER LOS PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

Esta obra corresponde al tercer volumen del proyecto de los productos no elaborados realizado por la Bullipedia. En los libros que la preceden, por un lado se ha realizado un análisis y una descripción de los productos no elaborados de una manera más integral y global para ampliar su conocimiento y describir sus características generales. Y, por otro, se ha profundizado en las diversas formas en que se pueden clasificar para terminar creando una taxonomía de los productos no elaborados según el Sapiens de la restauración gastronómica, una clasificación jerárquica donde se mezclan los criterios científicos con los culinarios.



CAPÍTULO 1

18

OBTENCIÓN Y PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS: DE LA CREACIÓN A LA PRODUCCIÓN

El papel que desempeñan los productos en el restaurante, así como las actividades realizadas a su alrededor, son fundamentales para el correcto funcionamiento del mismo. Como hemos visto y destacado en los libros anteriores, los productos no elaborados son uno de los recursos gastronómicos más importantes de un restaurante. Sin ellos, no sería posible presentar la oferta gastronómica que el comensal degustará.

Por ello es necesario analizar cómo se obtienen. En este capítulo hablaremos de la producción: de cómo hemos aprendido de la naturaleza y de cómo reproducimos sus procesos, pero también de cómo hemos creado formas nuevas de producir y, por consiguiente, nuevos productos.

Haremos hincapié en cómo es la producción de los productos no elaborados destinados a la restauración gastronómica. Y lo ilustraremos con ejemplos de cómo se reproducen las diferentes especies de organismos en cada mundo, siguiendo la taxonomía que planteamos en el volumen II, *Productos no elaborados. Taxonomía*.

Conoceremos los mejores escenarios y el papel de los profesionales que producen, crean, reproducen u obtienen los productos no elaborados que compramos, cocinamos y comemos. Además, veremos las diversas características que presentan según el tipo de producción, así como su repercusión en su sabor o su calidad.



CAPÍTULO 2

152

COMPOSICIÓN QUÍMICA DE LOS PNE

Para saber cómo tratar los productos no elaborados en un restaurante gastronómico debemos conocerlos y comprenderlos. Y es que no solo necesitamos entender cómo se producen, sino de qué están compuestos: precisamos tener un conocimiento químico de ellos.

Conocer la composición de un producto ayuda a comprender, por ejemplo, su textura, su sabor, sus propiedades tecnológicas o culinarias, sus reacciones al aplicar un ácido o calor, etc. Esto nos permite apreciarlo e identificarlo con más propiedad y, a su vez, planificar el proceso de elaboración y prever el resultado final, factores ambos imprescindibles en cocina. Nos permite asimismo cocinar mentalmente e imaginar cómo será el resultado. Nos ayuda a crear.

Además, nos facilita un mayor dominio de las técnicas de conservación, así como una mayor conciencia en materia de higiene y de seguridad alimentaria, es decir, de aquello que se debe o no se debe realizar.

La composición química de los productos es esencial en un restaurante gastronómico, como también lo son los factores que la condicionan. En este capítulo encontrará la composición general de las grandes familias de los PNE.

CAPÍTULO 3

254

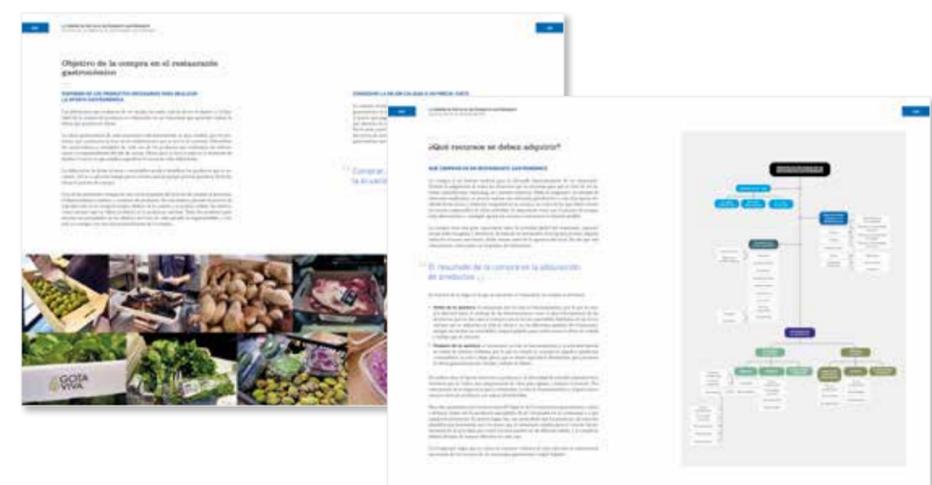
LA COMPRA DE PNE EN EL RESTAURANTE GASTRONÓMICO

La compra de productos no elaborados es el punto de partida de la oferta gastronómica de un restaurante. En este capítulo se describen los principales objetivos y finalidades de la compra, las características que presenta y los condicionantes que podrían alterar los procesos implicados.

Los procesos de la compra los realizan de una a varias personas. Para ello, dichos actores necesitan poseer unos conocimientos, cualidades y actitudes concretos: conocer el producto, sus características organolépticas, temporada de obtención, origen, distribución, composición y modos de almacenamiento y conservación. Por otro lado, deben estar en contacto directo con los proveedores, productores o comerciantes, a los que solicitarán los productos de máxima calidad y exigirán que se cumplan los plazos de entrega, las cantidades, los precios acordados, etc.

Del mismo modo, es importante disponer de una actitud proactiva que promueva la búsqueda incesante de productos: descubrir, investigar y explorar nuevos productos, entornos, gastronomías y culturas para ampliar y diversificar los productos útiles en el restaurante.

Conoceremos los condicionantes de la compra tanto intrínsecos como ajenos al restaurante, y los recursos necesarios –económicos, personales, temporales, técnicos o físicos–, así como los procesos implicados para su correcta ejecución. Definiremos qué herramientas son más adecuadas para el control de stocks y de costes, y para la realización de pedidos, pero también qué sistemas de ahorro podemos aplicar, la importancia de la situación del mercado, la oferta y la demanda, qué sistemas de almacenamiento y conservación debe disponer el restaurante, los flujos y circulación de las materias, etc.



¿CÓMO PODEMOS REPRODUCIR LA OFERTA GASTRONÓMICA?

En un restaurante se cocinan y sirven las elaboraciones que degustará el cliente, un conjunto de acciones que realizan los diversos actores de la cocina y la sala para transformar el producto no elaborado y convertirlo en comida y/o bebida. En este capítulo hablaremos de las acciones o técnicas y de las herramientas que se necesitan para cocinar y servir el producto no elaborado en el restaurante gastronómico.

En primer lugar, definiremos el conjunto de acciones que se realizan en torno al producto no elaborado para reproducir la oferta gastronómica. Después de centrarnos en las técnicas gastronómicas, para contextualizarlas mejor, veremos cómo se pueden clasificar. Y, a partir de los criterios más interesantes para el restaurante, elaboraremos una taxonomía analizando las diversas técnicas a través de esta y de su relación con los productos no elaborados:

- Técnicas de uso inmediato.
- Técnicas de conservación.
- Técnicas de preelaboración.
- Técnicas de elaboración.
- Técnicas de emplatado.
- Técnicas de traslado y servicio.
- Técnicas de control de calidad.
- Técnicas de degustación.

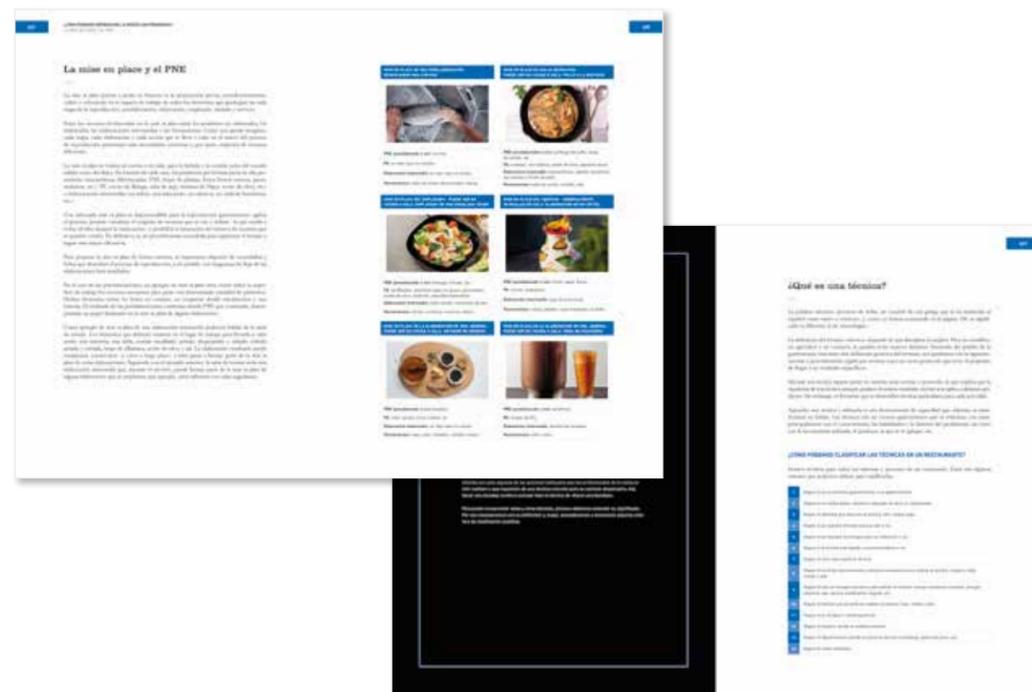
Para comprender mejor las técnicas gastronómicas, veremos cada clasificación taxonómica y cómo se pueden, a su vez, clasificar estas, definiéndolas y destacando ejemplos que nos ayudarán a entender mejor cada taxón.

A diario en el restaurante gastronómico se utilizan herramientas para realizar las diversas acciones. Veremos en esta parte del capítulo las herramientas gastronómicas y sus funciones, ya que algunas tienen más de una.

Como hemos hecho con las técnicas, para poder comprenderlas y utilizarlas mejor veremos cómo se pueden clasificar a través de la taxonomía que acabamos de ver.

- Herramientas de uso inmediato.
- Herramientas de conservación.
- Herramientas de preelaboración.
- Herramientas de elaboración.
- Herramientas de emplatado.
- Herramientas de traslado y servicio.
- Herramientas de control de calidad.
- Herramientas de degustación.

Clasificaremos las herramientas de la taxonomía según la técnica y el producto no elaborado utilizado, y lo ilustraremos con ejemplos.



LA EXPERIENCIA: CÓMO VIVE, DEGUSTA Y PERCIBE EL COMENSAL LOS PNE

Las elaboraciones a partir de productos no elaborados están dentro de la oferta gastronómica que el cliente vivirá y degustará. La experiencia en el restaurante gastronómico es algo que cada cliente vive de manera individual, especial y única.



Explicaremos esta experiencia a través de un diálogo fresco para analizar los diversos procesos que se producen cuando degustamos un producto sentado en la mesa de un restaurante. O antes, como cuando la elección del restaurante viene determinada por la presencia de ciertos productos no elaborados en su oferta.

Un ejemplo de cómo se puede vivir la experiencia de degustar el producto no elaborado, de quién la vive y de cómo se valora el contexto, así como de los condicionantes de la experiencia.

CREACIÓN E INNOVACIÓN EN RELACIÓN CON LOS PNE

Para elaborar algo, antes debemos haberlo creado. Y en el restaurante gastronómico no creamos, innovamos.

Disponer de una actitud inquieta que promueva la búsqueda incesante de productos. Descubrir, investigar, explorar nuevos productos, entornos, gastronomías y culturas para ampliar y diversificar los productos útiles en el restaurante. Veremos ejemplos de los diversos métodos creativos que se pueden utilizar en el restaurante, así como de la complejidad de medir la innovación a través de la pirámide creativa e innovadora.

Creación e innovación. ¿Cómo llegamos hasta una elaboración a partir de productos no elaborados? Tanto si solo utilizamos uno como varios necesitamos diversas técnicas y herramientas para crear... En realidad, un sinnúmero de cosas no siempre perceptibles a simple vista. En este capítulo intentamos dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿cómo, cuándo, dónde o por qué innovamos? ¿Quién crea en el restaurante? ¿Qué factores condicionan la creación y la innovación? ¿Cómo son los procesos o los recursos en un restaurante? Cultura creativa. ¿Qué es?

GLOSARIO

Para facilitar la comprensión del lector, al final de la obra hemos querido recoger los términos más específicos o técnicos de las diversas disciplinas o ámbitos que pueden surgir a lo largo de los textos en un glosario.